

Pengembangan Pengelolaan Situs Goa Sentono Berbasis *Community-Based Tourism* (CBT) Berkelanjutan di Desa Mendenrejo, Kabupaten Blora

Ayu Ratna Pertiwi¹, Neni Nurul Rosalina¹, Rikah²

¹Institut Seni Indonesia Surakarta

²Universitas YPPI Rembang

*Penulis korespondensi: ayuratna@isi-ska.ac.id

Dikirim : 4 November 2025

Direvisi : 24 November 2025

Diterima : 25 November 2025

Abstrak: *Situs Goa Sentono di Desa Mendenrejo, Kecamatan Kradenan, Kabupaten Blora, merupakan salah satu objek wisata budaya yang memiliki potensi sejarah, spiritual, dan alam yang kuat, namun pengelolaannya masih bersifat sederhana dan belum terarah. Kondisi tersebut menyebabkan potensi wisata Goa Sentono belum memberikan dampak ekonomi maupun sosial yang signifikan bagi masyarakat sekitar. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dan BUMDes Lohjinawi dalam mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan melalui penerapan konsep Community-Based Tourism (CBT). Kebaruan kegiatan ini terletak pada pengintegrasian pelatihan manajemen wisata, digital branding, dan pemanduan wisata berbasis budaya lokal dalam satu pendekatan partisipatif. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, sosialisasi konsep CBT, pelatihan tematik, praktik lapangan, dan evaluasi partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan masyarakat dalam manajemen wisata, promosi digital, dan pelayanan pemanduan berbasis budaya lokal, serta terbentuknya tim pengelola wisata resmi di bawah koordinasi BUMDes Lohjinawi. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan berbasis CBT efektif membangun model pengelolaan wisata yang partisipatif, berkelanjutan, dan berakar pada kearifan budaya lokal.*

Kata kunci: *berkelanjutan, community-based tourism, Goa Sentono, pemberdayaan masyarakat*

Abstract: *Goa Sentono, located in Mendenrejo Village, Kradenan District, Blora Regency, is a cultural tourism site with strong historical, spiritual, and natural values, yet its management remains simple and unstructured. This condition has limited its economic and social benefits for the surrounding community. This Community Service Program aims to strengthen the capacity of the local community and BUMDes Lohjinawi to manage the tourism potential independently and sustainably through a Community-Based Tourism (CBT) approach. The novelty of this program lies in integrating tourism management, digital branding, and cultural-based tour guiding training within a participatory framework. The implementation methods include field observation, CBT concept socialization, thematic training, field practice, and participatory evaluation. The results reveal improvements in community competence in tourism management, digital promotion, and cultural-based tour guiding, along with the establishment of a formal tourism management team under BUMDes Lohjinawi. The program concludes that CBT-based capacity building effectively fosters a participatory, sustainable,*

and culturally rooted community tourism management model.

Keywords: *Goa Sentono; Community-Based Tourism; community empowerment; sustainable*

1. Pendahuluan

Situs Goa Sentono merupakan salah satu potensi wisata budaya di Desa Mendenrejo, Kecamatan Kradenan, Kabupaten Blora, Jawa Tengah. Kawasan ini memiliki nilai historis dan spiritual yang tinggi karena diyakini berkaitan dengan kisah Ki Blacak Ngilo, tokoh pertapa dari masa Majapahit yang memiliki peran penting dalam penyebaran ajaran kebijaksanaan lokal di wilayah Blora (Maula dkk., 2025). Secara geografis, Goa Sentono terletak di perbukitan kapur di tepi Sungai Bengawan Solo, menjadikannya lokasi dengan pemandangan alam yang indah dan nilai geologis yang khas. Potensi kombinasi antara keindahan alam, nilai sejarah, dan dimensi spiritual tersebut menjadikan Goa Sentono memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata budaya yang berkarakter dan berkelanjutan.

Namun, kondisi sekarang menunjukkan bahwa potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Pengelolaan Goa Sentono saat ini masih dilakukan secara sederhana oleh masyarakat lokal melalui BUMDes Lohjinawi dengan dukungan terbatas dari pemerintah desa. Kegiatan wisata lebih banyak bersifat spontan, belum terstruktur dalam sistem manajemen yang berkelanjutan, dan belum memiliki strategi promosi digital yang memadai. Akibatnya, jumlah pengunjung masih rendah dan belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan perlunya pemahaman wisata berbasis komunitas (*Community-Based Tourism* atau CBT) guna memberikan penguatan kapasitas masyarakat dalam aspek manajemen, promosi, dan pelayanan wisata agar mereka mampu mengelola potensi lokal secara mandiri dan profesional (Prakoso *et al.*, 2020).

Salah satu permasalahan mendasar yang dihadapi masyarakat Desa Mendenrejo adalah banyak masyarakat yang masih memandang kegiatan wisata sebatas kunjungan tanpa melihat peluang ekonomi, sosial, dan budaya yang dapat dikembangkan. Kelemahan lain terdapat pada aspek sumber daya manusia, terutama dalam kemampuan pelayanan wisata, interpretasi sejarah budaya lokal, serta pengelolaan keuangan sederhana. Selain itu, kurangnya pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi dan pemasaran menyebabkan potensi wisata Goa Sentono kurang dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Promosi masih mengandalkan metode konvensional, seperti penyebaran informasi dari mulut ke mulut, tanpa dukungan platform digital yang sistematis seperti media sosial, situs web, atau peta digital wisata.

Permasalahan ini ditambah lagi oleh belum adanya *branding* yang kuat sebagai identitas destinasi wisata. Di era ekonomi kreatif saat ini, citra destinasi menjadi faktor penting dalam menarik minat wisatawan (Septiandari dkk., 2021). Strategi *branding* dalam pariwisata sangat diperlukan untuk memberikan identitas destinasi wisata sehingga menarik wisatawan lebih luas (Pertiwi dkk., 2023). Tanpa identitas visual dan narasi budaya yang kuat, destinasi seperti Goa Sentono sulit bersaing dengan objek wisata lain di wilayah Blora maupun Jawa Tengah. Oleh karena itu, dibutuhkan langkah strategis berupa pendampingan dan pelatihan bagi masyarakat untuk memahami konsep *Community-Based Tourism* secara utuh serta menguasai keterampilan teknis dalam manajemen dan promosi wisata digital.

Dalam konteks nasional, kegiatan ini mendukung implementasi *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin 11, yaitu “Mewujudkan kota dan permukiman yang inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.” (Iskandar, 2020). Selain itu, kegiatan ini juga selaras dengan Asta Cita poin ke-6, yaitu “Membangun dari Desa dan Penguatan Pemerintahan Desa.” Melalui pelatihan ini, masyarakat desa didorong untuk membangun sistem ekonomi kreatif berbasis potensi budaya dan wisata lokal. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga pada penguatan kelembagaan desa melalui BUMDes dan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata).

Selain memberikan manfaat ekonomi, kegiatan ini juga memiliki dampak sosial dan kultural yang signifikan. Masyarakat menjadi lebih memahami pentingnya pelestarian warisan budaya dan lingkungan sekitar situs. Dengan adanya pelatihan pemanduan wisata, generasi muda didorong untuk ikut menjaga dan mempromosikan kekayaan budaya lokal. Sementara itu, pelatihan *digital marketing* membuka wawasan baru tentang peluang ekonomi kreatif berbasis wisata, yang dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat desa. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa pariwisata inklusif berbasis komunitas dapat menjadi instrumen efektif untuk mengurangi kesenjangan sosial dan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat pedesaan (Singgalen & Prasadja, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Mendenrejo dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata budaya Goa Sentono secara berkelanjutan melalui pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT). Pendekatan ini diharapkan dapat melahirkan model pengelolaan wisata berbasis komunitas yang tidak hanya berorientasi pada ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan keseimbangan lingkungan. Hasil dari kegiatan ini akan menjadi dasar bagi

pengembangan tahap berikutnya, yaitu penerapan teknologi digital dalam pengelolaan wisata Goa Sentono.

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan oleh tim dosen dari ISI Surakarta, UYR Rembang, dan UNS Surakarta bekerja sama dengan Pemerintah Desa Mendenrejo, BUMDes Lohjinawi, dan Pokdarwis Goa Sentono. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama kegiatan, bukan sekadar penerima manfaat.

Kegiatan dimulai dengan sesi sosialisasi yang bertujuan memperkenalkan tim dosen dan mahasiswa yang akan melaksanakan pengabdian dan menyampaikan program pengabdian (Hajar, 2025). Pada tahap ini juga dilakukan audiensi berupa wawancara terstruktur untuk mengkonfirmasi permasalahan yang terjadi pada mitra dan kemudian menyusun solusi lanjutan berupa pelatihan yang tepat sasaran.

Kegiatan selanjutnya berupa pelatihan yang mencakup pelatihan manajemen & SDM wisata, pelatihan pemasaran digital & branding wisata, serta pelatihan ekowisata & pemanduan wisata. Pelatihan manajemen dan SDM wisata berfokus kepada pembekalan masyarakat agar mampu mengelola kegiatan wisata secara profesional. Materi meliputi struktur organisasi pengelola wisata, pembagian peran dan tanggung jawab, pengelolaan keuangan sederhana, penyusunan rencana kegiatan wisata, serta teknik pelayanan terhadap pengunjung. Dalam sesi ini, peserta dibimbing secara langsung untuk menyusun *job description* dan jadwal kegiatan wisata sesuai karakter Goa Sentono.

Sementara itu, pelatihan pemasaran digital dan *branding* wisata memberikan strategi pemasaran digital menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan *website*. Pelatihan juga mencakup pembuatan konten visual (foto dan video), penulisan narasi promosi, serta penyusunan identitas visual destinasi. Hasil dari sesi ini adalah terbentuknya akun media sosial resmi yang dikelola langsung oleh tim masyarakat. Selain itu, peserta dilatih untuk memahami konsep *digital branding* agar wisata memiliki citra destinasi yang kuat dan berkarakter (Darmoko dkk., 2022).

Pelatihan berikutnya mengenai ekowisata dan pemanduan wisata ditujukan bagi masyarakat yang berperan sebagai pemandu wisata. Peserta dibekali kemampuan komunikasi, teknik interpretasi sejarah dan budaya, serta etika pemanduan di kawasan situs cagar budaya.

Kegiatan praktik dilakukan langsung di area Goa Sentono, dimana peserta mempraktikkan cara menjelaskan sejarah lokal, makna simbolik, dan nilai spiritual situs kepada calon wisatawan.

Program ini dilengkapi dengan sistem evaluasi dan monitoring yang melibatkan mitra secara bertahap untuk memastikan keberhasilan implementasi dan dampaknya. Evaluasi dan monitoring ini meliputi monitoring berkala yang akan dilakukan setiap tiga bulan untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan rencana, serta untuk memantau efektivitas strategi pemasaran dan keberlanjutan ekowisata. Evaluasi akhir dilakukan setelah program berjalan dan dilaksanakan untuk mengukur dampak program terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan masyarakat di sekitar Goa Sentono.

3. Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Mendenrejo, Kecamatan Kradenan, Kabupaten Blora dilaksanakan secara bertahap mulai dari sosialisasi, Pelatihan Manajemen dan SDM Wisata, Pelatihan Pemasaran Digital dan Branding Wisata, Pelatihan Ekowisata dan Pemanduan Wisata, Pendampingan Pelaksanaan Program, Evaluasi dan Monitoring, dan Keberlanjutan program. Adapun rincian hasil setiap tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilakukan pada minggu pertama kegiatan yaitu pada tanggal 29 September 2025 dengan tujuan memperkenalkan diri dan menyampaikan program pelatihan berbasis CBT hingga penerapan konsep CBT tersebut. Pada tahap sosialisasi ini juga dilakukan audiensi secara terbuka berupa wawancara untuk mengkonfirmasi permasalahan yang ada di Goa Sentono. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian menjelaskan pentingnya peningkatan kapasitas dan akses terhadap teknologi serta pelatihan manajemen pariwisata. Pada tahap ini juga diperkenalkan tahapan program yang akan dilaksanakan, serta gambaran manfaat jangka panjang bagi pariwisata Goa Sentono. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa mitra merespons positif rencana pelatihan dan menyatakan kesiapan untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Dokumentasi kegiatan sosialisasi diperlihatkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Sosialisasi Program di Goa Sentono, Blora

2. Pelatihan

a. Pelatihan Manajemen dan SDM Wisata

Pelatihan manajemen dan SDM wisata dilaksanakan pada tanggal 20 Oktober 2025 yang diberikan oleh dosen ISI Surakarta Neni Nurul Rosalina, M.Ars. Pelatihan ini menjadi pondasi dalam membangun pengelolaan wisata berbasis komunitas. Sebelum kegiatan berlangsung, pengelolaan Goa Sentono masih dilakukan tanpa pembagian tugas dan sistem organisasi yang jelas. Melalui pelatihan ini, peserta difasilitasi untuk memahami prinsip dasar manajemen wisata, struktur organisasi pengelola, serta pembagian peran dan tanggung jawab antar anggota.

Hasil dari pelatihan ini masyarakat berhasil membentuk Tim Pengelola Wisata Goa Sentono, yang terdiri atas unsur BUMDes Lohjinawi, Pokdarwis, dan perwakilan pemuda desa. Tim ini menyusun *job description* sederhana untuk masing-masing anggota, seperti koordinator lapangan, bagian pelayanan, keuangan, dokumentasi, serta promosi. Proses pembentukan tim dilakukan secara musyawarah agar setiap pihak memiliki rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap hasil kegiatan (Hajar, 2025).

Peningkatan kapasitas manajerial masyarakat ini sejalan dengan konsep *Community-Based Tourism* yang dikemukakan oleh Zielinski *et al.* (2020), di mana masyarakat memiliki peran utama dalam mengelola, mengambil keputusan, dan menikmati hasil dari kegiatan wisata. Dalam konteks Goa Sentono, hasil pelatihan ini telah membentuk pola kepemimpinan partisipatif yang memperkuat keberlanjutan kelembagaan wisata desa.

b. Pelatihan Pemasaran Digital dan Branding Wisata

Masyarakat Desa Mendenrejo pada awalnya belum memahami strategi promosi berbasis media digital dan masih mengandalkan cara konvensional. Melalui kegiatan pelatihan,

peserta dikenalkan pada berbagai platform promosi wisata seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai media komunikasi visual yang efektif untuk menjangkau khalayak luas. Dokumentasi kegiatan pelatihan pemasaran digital dan *branding* wisata diberikan dalam Gambar 2.

Hasil nyata dari kegiatan ini adalah terbentuknya akun media sosial resmi, yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat. Akun tersebut berfungsi sebagai kanal utama promosi wisata Goa Sentono dan telah mulai diisi dengan konten hasil pelatihan, seperti video pendek, foto panorama, dan kutipan narasi sejarah lokal.

Selain pelatihan teknis, peserta juga mendapatkan pemahaman tentang pentingnya *branding* sebagai citra destinasi wisata. Proses perumusan identitas visual ini memperkuat kesadaran masyarakat tentang pentingnya narasi budaya sebagai kekuatan promosi wisata.

Hasil tersebut membuktikan bahwa pelatihan *digital marketing* tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperluas cara pandang masyarakat terhadap potensi ekonomi kreatif yang berbasis budaya lokal. Hal ini selaras dengan penelitian Alhaddar & Kummitha (2024) yang menegaskan bahwa strategi *digital branding* merupakan faktor kunci dalam memperkenalkan destinasi wisata lokal kepada generasi muda dan wisatawan.



Gambar 2. Pelatihan Pemasaran Digital dan Branding Wisata oleh Ayu Ratna P., M.Ars.

c. Pelatihan Ekowisata dan Pemanduan Wisata

Pada pelatihan ini, diperlihatkan dalam Gambar 3, peserta dibimbing untuk menguasai teknik komunikasi, etika pelayanan wisata, dan kemampuan bercerita (*storytelling*) tentang sejarah serta nilai spiritual situs yaitu latar sejarah Goa Sentono, legenda Ki Blacak Ngilo dan bentuk geologis yang terdapat di area gua.

Pelatihan juga menekankan pada prinsip konservasi dan pelestarian lingkungan. Peserta

diajak untuk menjaga kebersihan kawasan dan mengedukasi pengunjung agar tidak merusak situs. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta pelatihan menjadi lebih sadar terhadap pentingnya keseimbangan antara aktivitas wisata dan pelestarian lingkungan.

Pelatihan pemanduan wisata ini memperlihatkan penerapan prinsip *interpretive guiding*, di mana pemandu tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun koneksi emosional antara wisatawan dan tempat yang dikunjungi (Weng *et al.*, 2020). Dalam konteks Goa Sentono, kemampuan interpretatif ini menjadi penting karena situs tersebut tidak hanya bernilai estetis, tetapi juga memiliki makna spiritual dan identitas lokal yang kuat.



Gambar 3. Pelatihan Ekowisata dan Pemanduan Wisata oleh Rikah, S.E., M.Si.

3. Evaluasi dan Monitoring

Secara konseptual, hasil kegiatan ini menunjukkan penerapan prinsip-prinsip *Community-Based Tourism* sebagaimana dijelaskan oleh Ardianti & Eprilianto (2022) dan Musleh (2023). Dalam model CBT, keberhasilan suatu destinasi tidak hanya diukur dari jumlah pengunjung, tetapi dari sejauh mana masyarakat lokal mampu berpartisipasi aktif dan memperoleh manfaat sosial ekonomi secara langsung (Mtapuri *et al.*, 2022).

Dalam konteks Goa Sentono, kegiatan pelatihan telah menjadi titik awal yang strategis dalam membangun kesadaran, kemampuan, dan kemandirian masyarakat. Masyarakat kini mulai memahami perannya sebagai pelaku utama dalam pengelolaan wisata, bukan hanya penonton. Peningkatan kapasitas dalam manajemen, pemasaran digital, dan pemanduan wisata menjadi modal sosial dan kultural yang sangat penting untuk tahap pengembangan berikutnya. Gambar 4 memperlihatkan proses monitoring dan evaluasi yang dilakukan antara tim dan *stakeholders* yang terlibat.



Gambar 4. Proses Monitoring dan Evaluasi

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis masyarakat, tetapi juga membangun pondasi kelembagaan dan jaringan sosial yang kuat untuk keberlanjutan pengelolaan wisata Goa Sentono. Tahap selanjutnya, seperti penyusunan *master plan* dan penerapan sistem digital wisata, akan menjadi kelanjutan logis dari proses pemberdayaan ini. Di akhir pelaksanaan kegiatan, tim PKM dan mitra berfoto bersama seperti diperlihatkan dalam Gambar 5.



Gambar 5. Foto Bersama Tim PKM dan Mitra

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Mendenrejo, Kabupaten Blora, dengan tema Pengembangan Pengelolaan Situs Goa Sentono Berbasis *Community-Based Tourism* (CBT) Berkelanjutan, berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan dan promosi wisata berbasis komunitas.

Melalui pelatihan manajemen wisata, pemasaran digital, dan pemanduan wisata berbasis budaya lokal, masyarakat memperoleh pengetahuan praktis sekaligus kesadaran baru tentang pentingnya keterlibatan aktif dalam pengelolaan destinasi.

Pelaksanaan kegiatan dengan pendekatan partisipatif terbukti efektif dalam membangun rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap potensi wisata Goa Sentono. Pembentukan tim pengelola wisata di bawah koordinasi BUMDes Lohjinawi menjadi tonggak awal terbentuknya sistem kelembagaan yang berkelanjutan. Pelatihan digital marketing mendorong lahirnya kanal promosi wisata resmi sebagai media komunikasi antara masyarakat dan calon wisatawan. Sementara itu, pelatihan pemanduan wisata memperkuat pemahaman peserta terhadap nilai sejarah dan spiritual situs, sehingga mereka mampu menjadi local interpreter yang berperan dalam pelestarian budaya.

Kegiatan ini membuktikan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat merupakan langkah strategis dalam membangun pengelolaan wisata berbasis komunitas yang berkelanjutan. Program ini tidak hanya berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal, tetapi juga terhadap pelestarian nilai budaya dan lingkungan. Hasil kegiatan ini menjadi dasar bagi tahap berikutnya, yaitu penerapan rancangan tata kawasan dan sistem informasi digital wisata Goa Sentono sebagai bentuk sinergi antara pemberdayaan masyarakat dan penerapan teknologi.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (DRTPM) – Kemdikbudristek atas dukungan pendanaan kegiatan melalui skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun 2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Mendenrejo, BUMDes Lohjinawi, Pokdarwis Goa Sentono. Partisipasi kolaboratif dari seluruh pihak menjadikan kegiatan ini berjalan lancar dan memberikan hasil yang berdampak nyata bagi masyarakat Desa Mendenrejo. Diharapkan kerja sama ini dapat terus berlanjut pada tahap pengembangan teknologi dan tata kawasan wisata Goa Sentono pada periode berikutnya.

Daftar Referensi

- Alhaddar, M., & Kummitha, H. R. (2024). 'The Impact of Digitalization on Sustainable Branding in the Tourism destination' dalam Branding in the academic and business world – Future challenges – BBU Day of Hungarian Science. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest, 5-15.
- Ardianti, Y., & Eprilianto, D. F. (2022). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata melalui Pendekatan Community Based Tourism (Studi Pada Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto). *Publika*, 10(4), 1269-1282.

- Darmoko, M., Yunita, A., & Ramadhanti, D. (2022). Pengembangan Kawasan Desa Wisata Selotapak Melalui Digital Branding Guna Meningkatkan Mutu Media Promosi. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 301–313.
- Hajar, S. (2025). Evaluasi Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Sound Governance Di Kawasan Danau Toba. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 6(2), 318–333.
- Iskandar, A. H. (2020). *SDGs desa: Percepatan Pencapaian Tujuan Pembangunan Nasional Berkelanjutan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Maula, N., Shufyamalia, A. L., & Arif, M. M. (2025). Kiprah Wali Songo (Sunan Bonang) dalam Menyebarkan Islam di Tanah Jawa Timur Tuban dengan Menggunakan Media Dakwah. *Jurnal PAI: Jurnal Kajian Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 55–74.
- Mtapuri, O., Camilleri, M. A., & Dłuzewska, A. (2022). Advancing community-based tourism approaches for the sustainable development of destinations. *Sustainable Development*, 30(3), 423–432.
- Musleh, M. (2023). Tata Kelola Wisata Pulau Gili Iyang: Perspektif Community Based Tourism. *Journal of Contemporary Public Administration (JCPA)*, 3(1), 42–50.
- Pertiwi, A. R., Sumarno, & Indarto. (2023). *Innovation of Tourism Icons through Blender Software Utilizing Natural Fibers in Sukoharjo*. *Pendhapa*, 14(2), 65-76.
- Prakoso, A. A., Pradipto, E., Roychansyah, M. S., & Nugraha, B. S. (2020). Community-based tourism: Concepts, opportunities and challenges. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 2(2), 95–107.
- Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alvianna, S., Rachmadian, A., & Sutanto, D. H. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tiga Warna. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(2), 134–148.
- Singgalen, Y. A., & Prasadja, H. (2025). *Pariwisata Berbasis Komunitas*. Penerbit Widina.
- Weng, L., Liang, Z., & Bao, J. (2020). The effect of tour interpretation on perceived heritage values: A comparison of tourists with and without tour guiding interpretation at a heritage destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100431.
- Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S., & Milanés, C.B. (2020). Why community-based tourism and rural tourism in developing and developed nations are treated differently? A review. *Sustainability*, 12(15), 5938.